



## ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN MELALUI WEBSITE PERUSAHAAN

Nuzul Noor Ramadhan, Andri Prastiwi<sup>1</sup>

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to analyze factors namely corporate type, profitability, foreign ownership, firm size, and corporate age that influence the extent of corporate social and environmental disclosure through corporate website. This research was made to continue previous research which focused only on the extent of corporate social dan environmental disclosure.*

*The statistic method that used to test the hypothesis in this research is multiple regression analysis. The population in this research is whole firm that listed on Indonesian Stock Exchange in 2011 until 2012. Sampling method used was random sampling. The final amount of sample are 60 firm.*

*Result of multiple regression analysis shows that corporate type, firm size, and corporate age have significant positive effect on the extent of corporate social and environmental disclosure through corporate website. Meanwhile, the other two variable that is profitability and foreign ownership have no significant effect on the extent of corporate social and environmental disclosure through corporate website.*

*Keywords: disclosure, social and environmental, website*

### PENDAHULUAN

Pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan semakin penting sekarang ini. Hal ini tidak lepas dari aktivitas perusahaan yang baik secara langsung maupun tidak ikut memberikan dampak buruk terhadap lingkungan sekitarnya. Banyak perusahaan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan (PSL) untuk menjaga reputasi perusahaan atau agar perusahaan bisa tetap *survive* dan terhindar dari berbagai bentuk penolakan masyarakat (Lindrianasari, 2007). Pada perkembangannya, perusahaan terus mencari media alternatif pengungkapan sosial lingkungan yang efektif dan efisien dan media yang akhir-akhir ini mendapat perhatian lebih adalah *website* perusahaan.

Perkembangan dari *World Wide Web (Web)* telah menuntun perusahaan untuk mempertimbangkan kembali strategi pengungkapan mereka karena *Website* menawarkan fleksibilitas yang lebih daripada pelaporan yang konvensional dalam hal penyajian dan isi pelaporan (Cormier, et al, 2009). Di Indonesia sendiri, tren pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan tidak terlepas dari perkembangan pengguna internet di Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Penelitian mengenai luas pengungkapan sosial dan lingkungan telah banyak dilakukan di beberapa negara (Anggraini, 2006; Sembiring, 2005; Gunawan *et al*, 2009, Djakman dan Machmud, 2009; Sen *et al*, 2011). Namun penelitian itu menggunakan *annual report* sebagai media pengungkapan. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Djajadikerta & Trireksani (2012). Jika penelitian Djajadikerta & Trireksani (2012) berfokus pada pengukuran pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website*, maka penelitian ini lebih berfokus pada analisis faktor yang diduga mempengaruhi luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menemukan bukti empiris pengaruh jenis perusahaan, profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan.

---

<sup>1</sup> Corresponding author

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Praktik PSL berhubungan erat dengan teori legitimasi dan teori *stakeholder*. Legitimasi adalah persepsi atau asumsi umum dimana tindakan sebuah entitas sesuai dengan sistem sosial yang telah terbentuk berdasarkan norma, nilai, dan kepercayaan (Suchman, 1995). Legitimasi diperlukan oleh perusahaan agar aktivitas operasi perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi melalui PSL. Melalui pengungkapan ini, perusahaan berusaha untuk meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan telah beroperasi sesuai dengan nilai, norma, dan kepercayaan yang berlaku dalam masyarakat itu.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa sebuah organisasi bukan hanya beroperasi untuk dirinya sendiri tetapi juga dapat memberikan manfaat kepada para *stakeholder*-nya (Ghozali dan Chariri, 2003). Perhatian kepada *stakeholder* adalah hal yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan. Hal ini karena baik secara langsung maupun tidak, *stakeholder* dapat mempengaruhi operasi perusahaan. Ada beberapa alasan perlunya perusahaan memperhatikan para *stakeholder*-nya, antara lain isu lingkungan yang memiliki dampak sistemik terhadap lingkungan sekitar. Hal ini karena masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan dan lingkungan. Oleh karena itu perusahaan perlu menyediakan informasi sosial dan lingkungan untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder*.

### Hubungan antara Jenis Perusahaan dengan Luas PSL melalui *website* Perusahaan

Jenis perusahaan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile*. Perusahaan *High Profile* adalah perusahaan yang dalam aktivitasnya dapat memberikan dampak buruk yang lebih besar terhadap lingkungan. Sedangkan perusahaan *low profile* adalah perusahaan yang aktivitasnya memberikan dampak buruk lebih kecil terhadap lingkungan sekitarnya dibandingkan perusahaan *high profile*. Karena perusahaan *high profile* memberikan dampak buruk yang lebih besar pada lingkungan sekitarnya, para *stakeholder* akan lebih berhati-hati ketika menghadapi perusahaan. *Stakeholder* perusahaan yang *high profile* membutuhkan informasi yang lengkap dan dapat diakses dengan cepat sehingga informasi tadi dapat dijadikan pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Untuk memenuhi kebutuhan dari *stakeholder* tadi, perusahaan perlu mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya secara cepat dan mampu menjangkau area yang luas. Salah satu media yang mampu mengakomodasi kebutuhan itu adalah media internet dalam hal ini *website* perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan *high profile* cenderung akan menyajikan pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan *low profile*. Berdasarkan uraian diatas, maka disusun hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub>: Jenis Perusahaan berpengaruh positif terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan

### Hubungan antara Profitabilitas dengan Luas PSL melalui *website* Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005), berdasarkan teori legitimasi, ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, perusahaan merasa tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu kesuksesan perusahaan. Sedangkan pada saat profitabilitas rendah, perusahaan akan melaporkan lebih banyak tentang kegiatan-kegiatan sosialnya dengan harapan investor akan tetap berinvestasi pada perusahaan tersebut. Pengungkapan sosial dan lingkungan ini akan disampaikan perusahaan melalui berbagai media dengan jangkauan yang luas dan biaya yang relatif murah. Dan media yang dapat mengakomodasi kebutuhan ini adalah *website* perusahaan. Selain sebagai media promosi, *website* juga berperan sebagai media publikasi resmi perusahaan sehingga informasi yang disajikan melalui *website* dapat diandalkan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub>: Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan

### Hubungan antara Kepemilikan Asing dengan Luas PSL melalui *website* Perusahaan

Kepemilikan asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh investor dari luar negeri pada suatu perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan asing cenderung lebih perhatian terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Djakman dan Machmud, 2008). Hal ini karena perusahaan dengan kepemilikan asing telah terbiasa menghadapi berbagai isu sosial dan lingkungan yang cenderung lebih banyak diperhatikan di luar negeri. Selain itu, regulasi di luar

negeri yang ketat menjadikan investor-investor asing lebih berhati-hati dalam mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya.

Informasi-informasi sosial perusahaan penting untuk diungkapkan karena informasi tersebut dapat memberikan pandangan kepada para *stakeholder* tentang diri perusahaan. Apalagi pasar yang dicakup oleh perusahaan dengan kepemilikan asing pastinya lebih luas sehingga perusahaan dengan kepemilikan asing perlu untuk menyampaikan informasinya secara global. Penelitian yang dilakukan oleh Soliman, *et al* (2012) berhasil menunjukkan adanya pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka disusun hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub>: Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan

#### **Hubungan antara Ukuran Perusahaan dengan Luas PSL melalui *website* Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Sembiring, 2005). Semakin besar ukuran perusahaan, aktivitas yang dilakukan juga akan semakin banyak. Hal ini akan meningkatkan perhatian masyarakat kepada perusahaan. Karena mendapat pengawasan lebih dari masyarakat, perusahaan akan lebih berhati-hati dalam menjalankan usahanya. Menurut teori legitimasi, dalam situasi seperti ini perusahaan akan berusaha untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat agar aktivitas yang dilakukan perusahaan dapat berjalan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Informasi yang disampaikan perusahaan seharusnya disebar dengan cepat untuk menghindari isu-isu tidak baik yang ditujukan kepada perusahaan. Media yang mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan biaya murah adalah *website* perusahaan. Oleh karena itu, semakin besar perusahaan, semakin penting bagi perusahaan untuk menyajikan dengan lebih luas laporan pengungkapan sosial dan lingkungannya. Berdasarkan keterangan di atas, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan

#### **Hubungan antara Umur Perusahaan dengan Luas PSL melalui *website* Perusahaan**

Umur perusahaan dilihat dari lama perusahaan melakukan penawaran saham (*listing*) di Bursa Efek. Perusahaan yang lebih lama *listing* biasanya lebih mengerti apa yang dibutuhkan oleh *stakeholder*-nya. Perusahaan akan menyusun dengan baik informasi apa saja yang penting bagi para *stakeholder*-nya. Apalagi dengan semakin diperhatikannya isu lingkungan, perusahaan akan lebih berhati-hati dalam mengungkapkan informasinya. Perusahaan dengan umur *listing* yang lebih lama mempunyai lebih banyak pengalaman untuk menangani masalah ini. Oleh karena itu, perusahaan dengan umur *listing* yang lebih lama akan cenderung melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan yang lebih luas guna memenuhi kebutuhan para *stakeholder*-nya. Selain itu, perusahaan dengan umur *listing* yang lama biasanya lebih mengerti bahwa *website* dapat dimanfaatkan sebagai media pengungkapan yang efektif dan *low cost*. Penelitian yang dilakukan oleh Soliman *et al* (2012) mampu membuktikan bahwa umur perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Konsisten dengan penelitian Soliman, *et al* (2012), maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>5</sub>: Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan

#### **METODE PENELITIAN**

Variabel luas PSL dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan analisis konten. Penerapan dari analisis konten dilakukan dengan cara mengkonversi informasi kualitatif yang ada di *website* ke dalam informasi kuantitatif (Djajadikerta & Trireksani, 2012). Pengukuran luas PSL dalam penelitian ini menggunakan kriteria yang diadopsi dari kerangka penelitian Gunawan, *et al* (2009) dan Djajadikerta & Trireksani (2012). Kerangka ini menggunakan tema yang digunakan diadopsi dari Gunawan, *et al* (2009) yang terdiri dari *environment*, *energy*, *human resources*, *community*, *products*, *sustainability*, *external relation*, dan *other issues*. Sedangkan dimensi pengukuran untuk setiap tema ada tiga, yaitu *evidence*, *time frame*, dan *specificity* (Djajadikerta & Trireksani, 2012).

**Tabel 1**  
**Komponen Nilai Luas Pengungkapan**

Dimensi	Item	Nilai
<i>Evidence</i>	<i>Monetary/Quantitative</i>	3
	<i>Non-monetary/Qualitative</i>	2
	<i>Declarative</i>	1
	<i>No Evidence</i>	0
<i>Time Frame</i>	<i>Future</i>	2
	<i>Present</i>	2
	<i>Past</i>	1
	<i>No Time Frame</i>	0
<i>Specificity</i>	<i>Specific</i>	1
	<i>General</i>	0

Sumber: Djajadikerta & Trireksani, 2012

Variabel Jenis perusahaan diukur dengan menggunakan variabel *dummy* yaitu 0 untuk Perusahaan *Low Profile* dan 1 untuk Perusahaan *High Profile*. Variabel Profitabilitas diukur dengan pendapatan per lembar saham (EPS). EPS digunakan karena ukuran ini melekat secara langsung pada *shareholder*. Kepemilikan asing diukur dengan menghitung total saham yang dimiliki oleh pihak asing dibagi dengan total saham beredar. Ukuran perusahaan diukur dengan Total Aset perusahaan. Total aset digunakan karena ukuran ini relatif lebih stabil dan representatif dalam menunjukkan ukuran perusahaan dibandingkan dengan ukuran lain (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Umur perusahaan dapat diartikan sebagai lama perusahaan sejak menawarkan sahamnya kepada publik atau *Initial Public Offering* (IPO) hingga tahun 2011 dan 2012.

### Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011 dan 2012. Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan pedoman dari Roscoe (1975) dalam Uma Sekaran (2000) yang menyatakan bahwa pada penelitian *multivariate* jumlah sampel sebaiknya sepuluh kali dari jumlah variabel dalam penelitian. Variabel dalam penelitian ini berjumlah 6 variabel dikalikan 10 sehingga total perusahaan yang digunakan sebagai sampel berjumlah 60 perusahaan. Kemudian sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *random sampling* (sampel acak). Sampel dipilih dengan cara undian, yaitu dengan menuliskan nama perusahaan pada kertas-kertas kecil, kemudian kertas disebar lalu diambil secara acak. Nama-nama perusahaan yang tertera pada kertas yang diambil itulah yang dijadikan sampel penelitian. Namun apabila *website* perusahaan yang dijadikan sampel tidak dapat diakses maka kertas dapat diambil lagi untuk menggantikan perusahaan tersebut.

### Metode Analisis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression*) sebagai berikut:

$$CSED = \beta_0 + \beta_1 JP - \beta_2 EPS + \beta_3 KA + \beta_4 TA + \beta_5 UP + e$$

Keterangan :

CSED	: Indeks PSL melalui <i>Website</i> Perusahaan
JP	: Jenis Perusahaan
EPS	: Rasio profitabilitas perusahaan ( <i>Earning Per Share</i> )
KA	: Kepemilikan Asing
TA	: Ukuran Perusahaan (Total Aset)
UP	: Umur Perusahaan
0	: <i>Intercept</i>
1, ..., 5	: Koefisien Regresi
e	: <i>error</i>

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis yang pertama kali dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif dapat memberikan gambaran umum berkaitan dengan variabel-variabel yang ada dalam penelitian. Hasil analisis statistik deskriptif ditunjukkan dalam tabel 2 berikut:

**Tabel 2**  
**Statistik Deskriptif**

Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-rata	SD
Luas PSL	0,00	47,00	13,76	11,85
Jenis Perusahaan	0,00	1,00	0,52	0,50
Profitabilitas	-316,55	4353,60	259,74	588,14
Kepemilikan Asing	0,00	0,98	0,31	0,30
Ukuran Perusahaan	1116600860	63561870800	352857590877	1006763103
	00,00	0000,00	31,06	73463,42
Umur Perusahaan	1,00	33,00	12,03	7,72

Tabel 2 menunjukkan nilai minimum dari variabel Luas pengungkapan sosial dan lingkungan (CSED) adalah 0,00 dan nilai maksimum adalah 47,00. Nilai rata-rata CSED melalui *website* perusahaan adalah 13,76 poin atau 28,6%. Nilai rata-rata sebesar 13,76 poin ini menunjukkan bahwa PSL melalui *website* oleh perusahaan Indonesia tergolong rendah karena dari jarak 0-47 rata-rata luas pengungkapan hanya 13 poin atau tidak ada 50% dari nilai maksimal.

**Tabel 3**  
**Hubungan Jenis Perusahaan dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan**

Keterangan	Frekuensi		Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan			
	Jumlah	%	Minimal	Maksimal	Rata-rata	SD
<i>Low Profile</i>	58	48.3	0.00	47.00	12.10	11.38
<i>High Profile</i>	62	51.7	0.00	40.00	15.31	12.16

Berdasarkan tabel 3, jumlah perusahaan *low profile* 58 sampel dan perusahaan *high profile* 62 sampel. Perusahaan dengan kategori *Low Profile* memiliki nilai minimal luas PSL sebesar 0,00 dan nilai maksimal sebesar 47,00. Kemudian Perusahaan *High Profile* memiliki nilai minimal 0,00 dan nilai maksimal 40,00. Nilai ini menunjukkan bahwa ada perusahaan kategori *Low Profile* yang melakukan pengungkapan dengan sangat luas. Namun dilihat dari nilai rata-rata, perusahaan *high profile* memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dari perusahaan *low profile* (15,31 > 12,10). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan *high profile* melakukan PSL lebih luas dibandingkan dengan rata-rata perusahaan *low profile*. Standard deviasi untuk luas PSL perusahaan *low profile* sebesar 11,38 sedangkan untuk perusahaan *high profile* sebesar 12,16.

## Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dapat digunakan untuk melakukan prediksi dan tidak bias. Hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik**

Variabel	Multikolinearitas		Uji Park	
	Tolerance	VIF	T	Sig
Jenis Perusahaan	0,88	1,13	1,95	0,054
Profitabilitas	0,94	1,07	-0,38	0,706
Kepemilikan Asing	0,83	1,21	-0,68	0,500
Ukuran Perusahaan	0,94	1,07	1,02	0,310
Umur Perusahaan	0,84	1,19	1,61	0,109
DW-Test	1,99			
Kolmogorov-Smirnov Z	1,22			
Sig Kolmogorov-Smirnov	0,17			



Berdasarkan tabel 4, nilai tolerance pada variabel Jenis Perusahaan, Profitabilitas, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF < 10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (independen) yang digunakan dalam model regresi penelitian ini terbebas dari multikolinearitas.

Nilai Durbin-Watson hitung untuk model regresi sebesar 1,99. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel Durbin-Watson dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Jumlah sampel dalam penelitian ini (n) adalah 120 dan terdapat lima variabel independen (k=5), maka dari tabel Durbin-Watson akan didapatkan nilai dl (batas bawah) 1,62 dan du (batas atas) 1,79. Pengambilan keputusan untuk menentukan ada atau tidaknya autokorelasi didasarkan pada perhitungan berikut:

$$\begin{aligned} du &= 1,79 \\ 4 - du &= 4 - 1,79 \\ &= 2,21 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai Durbin-Watson dari model regresi lebih besar dari du (batas atas) dan kurang dari 4-du (1,79 < 1,99 < 2,21). Berdasarkan hasil perhitungan ini dapat diputuskan bahwa tidak ada autokorelasi baik positif maupun negatif dalam model regresi yang digunakan.

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Park di atas, nilai signifikansi terendah adalah 0,054 yaitu variabel Jenis Perusahaan (JP). Dari nilai ini dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen lebih besar dari batas signifikansi dalam penelitian (0,05) sehingga dapat dikatakan model regresi yang digunakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

Kolmogorov-Smirnov Z menunjukkan angka sebesar 1,12 dan tidak signifikan pada 0,05 (karena nilai p=0,17 > 0,05). Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov dapat disimpulkan bahwa residual dari model regresi yang digunakan dalam penelitian terdistribusi secara normal sehingga model regresi layak dipakai.

### Hasil Analisis Regresi

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik di atas, tidak terdapat pelanggaran asumsi klasik, maka interpretasi model dapat dilakukan. Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh variabel bebas yang terkait dengan luas PSL melalui *website* perusahaan. Berikut ini adalah tabel 5 yang merupakan hasil uji analisis regresi.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Analisis Regresi**

No	Variabel Independen	Kode Variabel	B	t	Sig
1	Jenis Perusahaan	JP	0,28	3,20	0,00**
2	Profitabilitas	EPS	0,02	0,23	0,82
3	Kepemilikan Asing	KA	-0,11	-1,25	0,21
4	Ukuran Perusahaan	TA	0,42	4,92	0,00**
5	Umur Perusahaan	UP	0,24	2,64	0,01**
	Nilai F	6,93			
	Sig F	0,00**			
	R <sup>2</sup>	0,23			
	Adjusted R <sup>2</sup>	0,20			

Catatan: \*\*Signifikan pada tingkat 5%

Berdasarkan tabel 5 diperoleh nilai F sebesar 6,93 dan signifikan pada 0,00 yang berarti variabel independen jenis perusahaan, profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara simultan mempengaruhi variabel luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan.

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan

satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Berdasarkan tabel Uji Koefisien Determinasi, nilai  $R^2$  sebesar 0,23 dan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* adalah 0,20. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,20 berarti bahwa variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 20,0%. Hal ini berarti 20,0% luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan dipengaruhi oleh variabel independen berupa jenis perusahaan, profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 80,0% luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arussi *et al* (2009) dengan menggunakan variabel independen tingkat teknologi, etnis CEO, leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan keberadaan individu dominan menghasilkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,33. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* yang lebih kecil pada penelitian ini disebabkan karena perbedaan jumlah variabel independen yang digunakan. Selain itu, pada penelitian sebelumnya menggunakan kerangka analisis konten yang berbeda dengan yang digunakan dalam penelitian ini. Secara keseluruhan hal ini menunjukkan bahwa determinan yang bersumber dari laporan tahunan memiliki nilai  $R^2$  yang relatif rendah (kurang dari 50%) untuk digunakan sebagai penentu luas PSL melalui *website* perusahaan.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Hasil uji t di atas menunjukkan nilai t hitung pada variabel jenis perusahaan sebesar 3,20 dan signifikansi sebesar 0,00. Dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) variabel jenis perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *Website* Perusahaan ( $0,00 < 0,05$ ). Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang menemukan bahwa tipe industri (*high profile & low profile*) berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa tipe industri mempengaruhi luas PSL baik melalui *annual report* maupun melalui *website*. Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa perusahaan *high profile* yang notabene memberikan dampak buruk terhadap lingkungan sekitar lebih banyak dibanding perusahaan *low profile* cenderung mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan lebih banyak dan secara cepat guna memenuhi kebutuhan para *stakeholder*-nya.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan dengan nilai t hitung 0,23 dan signifikansi sebesar 0,82. Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan informasi sosial dan lingkungan perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi merasa tidak perlu mengungkapkan informasi-informasi yang dapat mengganggu sukses perusahaan, sebaliknya ketika profitabilitas rendah perusahaan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi sosial dan lingkungan untuk menunjukkan kinerja baik perusahaan dengan harapan investor akan tetap berinvestasi pada perusahaan. Namun, hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arussi, *et al* (2009) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan lingkungan melalui *website* perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya profit yang diperoleh perusahaan tidak mendorong perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi sosial dan lingkungan melalui *website*-nya. Tidak adanya pengaruh profitabilitas terhadap luas PSL dikarenakan perusahaan lebih berfokus pada pengungkapan kinerja keuangan ketika profitnya naik. Saat profitnya turun, perusahaan lebih memilih mengungkapkan langkah-langkah untuk mengatasi masalah tersebut seperti menjual aset, melakukan kuasi organisasi, atau mencari pinjaman daripada mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan yang hanya berfungsi sebagai pengalih saja.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan dengan nilai t hitung -1,25 dan signifikansi sebesar 0,21. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan

oleh Machmud dan Djakman (2008) dan Amran dan Devi (2008) yang menemukan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil yang tidak signifikan ini kemungkinan disebabkan oleh jumlah kepemilikan saham asing yang relatif masih rendah. Jika dilihat pada tabel statistik deskriptif, rata-rata kepemilikan asing di perusahaan Indonesia sebesar 0,3064 atau 30,64%. Kepemilikan yang relatif rendah ini menyebabkan pengaruh dari investor asing terhadap kebijakan-kebijakan perusahaan dalam hal ini adalah pengungkapan sosial dan lingkungan menjadi tidak maksimal.

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima. Hasil uji *t* di atas menunjukkan nilai *t* hitung pada variabel ukuran perusahaan sebesar 4,92 dan signifikansi sebesar 0,00. Dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) variabel ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *Websites* Perusahaan ( $0,00 < 0,05$ ). Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan besar akan mendapatkan pengawasan lebih dari masyarakat dan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat berkaitan dengan aktivitasnya perusahaan besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial dan lingkungannya. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Arussi, *et al* (2009) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa hipotesis kelima diterima. Hasil uji *t* di atas menunjukkan nilai *t* hitung pada variabel umur perusahaan sebesar 2,64 dan signifikansi sebesar 0,01. Dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) variabel ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *Websites* Perusahaan ( $0,01 < 0,05$ ). Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Soliman *et al* (2012) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Yularto dan Chariri (2003) umur perusahaan menunjukkan perusahaan tetap *survive*, mampu bersaing dan memanfaatkan peluang bisnis dalam suatu perekonomian. Perusahaan yang lebih lama *listing* di Bursa Efek dianggap memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam mengungkapkan informasi perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang baru saja *listing*. Dengan bekal pengalaman itu, perusahaan dapat menyusun pengungkapan yang lengkap, yaitu pengungkapan yang benar-benar dibutuhkan oleh para *stakeholder*.

## KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa faktor yang mempengaruhi luas PSL melalui *website* perusahaan. Dari lima faktor yang diteliti (jenis perusahaan, profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan umur perusahaan), terbukti bahwa jenis perusahaan, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan. Hal ini berarti perusahaan *high profile*, semakin besar perusahaan, dan semakin lama perusahaan *listing* mendorong perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi sosial dan lingkungannya melalui *website* perusahaan. Sedangkan faktor lainnya yaitu profitabilitas dan kepemilikan asing terbukti tidak berpengaruh terhadap luas PSL melalui *website* perusahaan.

Secara keseluruhan pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan di Indonesia tergolong rendah karena rata-rata nilai luas pengungkapan perusahaan di Indonesia masih di bawah 50% (13 dari 47). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia masih berada dalam tahap awal dalam hal pengungkapan sosial dan lingkungan melalui media *website* perusahaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penggunaan *website* sebagai sumber data memiliki keterbatasan karena setiap perusahaan memiliki metode dan kebijakan yang berbeda dalam penyajiannya sehingga sulit untuk diperbandingkan. Selain itu informasi di *website* yang terus berkembang memungkinkan terjadinya perubahan data pengamatan dari satu waktu ke waktu lainnya. Kedua, Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang relatif rendah yaitu 20,0% menunjukkan bahwa masih banyak variabel independen yang seharusnya berpengaruh terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan tetapi belum ditemukan dalam penelitian ini.



Atas dasar keterbatasan tersebut, untuk penelitian selanjutnya disarankan menambah atau menggunakan variabel yang berbeda dari penelitian ini karena peneliti yakin masih banyak variabel yang mempengaruhi luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan sumber data yang berbeda seperti kuesioner atau wawancara untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

## REFERENSI

- Amran, Azlan dan S. Susela Devi. 2008. "The Impact of Government and Foreign Affiliate Influence on Corporate Social Reporting: The Case of Malaysia". *Managerial Auditing Journal*, Vol.23, No.4, pp.386-404.
- Anggraini, F. R. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang, pp. 1-21.
- Arussi, Ali Saleh Al, Mohamad Hisyam Selamat, dan Mustafa Mohd Hanefah. 2009. "Determinants of financial and environmental disclosure through the internet by Malaysian companies". *Asian Review of Accounting*, Vol.17, No.1, pp.59-76.
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2003. "Teori Akuntansi". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Cormier, Denis, Marie-Josée Ledoux, dan Michel Magnan. 2008. "The use of web sites as a disclosure platform for corporate performance". *International Journal of Accounting Information Systems*, Vol.10, pp.1-24.
- Djajadikerta, H. G., & Trireksani, T. 2012. "Corporate social and environmental disclosure by Indonesian listed companies on their corporate web sites". *Journal of Applied Accounting Research*, Vol.13, No.1, pp.21-36.
- Gunawan, J., Djajadikerta, H., & Smith, M. 2009. "An examination of corporate social disclosures in the annual reports of Indonesian listed companies". *Asia Pacific Centre for Environmental Accountability Journal*, 15(1), pp.13-36.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lindrianasari. 2007. "Hubungan antara Kinerja Lingkungan dan kualitas pengungkapan lingkungan dengan kinerja ekonomi perusahaan di Indonesia". *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol.11, No.2, pp.159-172.
- Machmud, Novita dan Chaerul D. Djakman. 2008. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006". Simposium Nasional Akuntansi 11
- Sekaran, Uma. 2000. "Research Methods for Business". USA: John Wiley & Sons.
- Sembiring, E. R. 2005. "Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial : study empiris pada perusahaan yang tercatat di bursa efek jakarta". Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo, pp.379-395.



- Sen, Mitali, Kuhali Mukherjee, dan J.K. Pattanayak. 2011. "Corporate Environmental Disclosure Practices in India". *Journal of Applied Accounting Research*, Vol. 12, No. 2, pp.139-156.
- Soliman, Mohamed Moustafa, Mohamed Bahaa El Din, dan Ahmed Sakr. 2012. "Ownership Structure and Corporate Social Responsibility (CSR): An Empirical Study of The Listed Companies in Egypt". *The International Journal of Social Sciences*, Vol.5, No.1, pp.63-74.
- Suchman, Mark C. 1995. "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches". *The Academy of Management Review* Vol.20, No.3, pp.571-610.
- Yularto, P.A. dan A. Chariri. 2003. "Analisis Perbandingan Luas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Sebelum Krisis dan Pada Period Krisis". *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Sistem Informasi*, Vol.2., pp.1-21.